



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

**3º ESTUDIO SOBRE LA PRESENCIA DE LAS ENTIDADES  
ESPAÑOLAS EN INTERNET**

*Encuesta a dominios ".es"*

1 de octubre de 2001



**COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES**

## **ÍNDICE**

### **INFORME EJECUTIVO**

- 1.- Introducción
- 2.- Entidades españolas con presencia en Internet

### **ESTUDIO SOBRE LA PRESENCIA DE LAS ENTIDADES ESPAÑOLAS EN INTERNET**

- I.- Presentación
- II.- Notas metodológicas
- III.- Principales resultados



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### INFORME EJECUTIVO

#### 1 Introducción.

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en el ejercicio de las funciones que tiene encomendadas ha desarrollado diversas iniciativas tendentes a conocer el mercado de los Servicios Telemáticos e Interactivos, y en especial Internet, desde distintos puntos de vista y analizando diversos submercados relacionados con el principal.

El presente análisis, que forma parte de los que se realizan con carácter periódico a las entidades con presencia propia en el Sistema de Nombres de Dominio de Internet bajo el código territorial de país correspondiente a España ".es", pretende determinar las características más importantes de las entidades españolas que mantienen presencia en Internet, sus objetivos, los costes y beneficios atribuibles a la presencia en Internet, el empleo que esta actividad genera, así como algunas características técnicas de los sitios web que estas entidades mantienen.

Como ya decíamos en la presentación del primer estudio las entidades españolas que disponen de presencia en Internet tienen, normalmente, un dominio propio de segundo nivel, ya sea bajo un dominio genérico de primer nivel (.com, .org y .net) o bajo el dominio genérico de primer nivel territorial ".es": Si bien es cierto que esto no es imprescindible, esta opción es la más utilizada ya que es la manera más sencilla de identificar a la entidad en Internet. A diferencia del primer estudio, en el que se tomaba como universo objetivo del estudio aquellas entidades que son titulares de un dominio de segundo nivel bajo ".es", en esta ocasión se ha tomado como universo el de las entidades que se han dado de alta en el ES-NIC en los cinco primeros meses de 2001 (enero a mayo).

El periodo del estudio coincide con las modificaciones introducidas en las normas del ES-NIC, que vinieron a abrir la posibilidad a las entidades españolas de poder solicitar más de una delegación de nombre de dominio de Internet bajo ".es", de acuerdo con lo establecido en la disposición transitoria segunda de la Orden de 21 de marzo de 2000, por la que se regula el sistema de asignación de nombres de dominio de Internet bajo el código de país correspondiente a España (.es)<sup>1</sup>.

El colectivo que constituye el universo del presente estudio está claramente identificado por el Registro Delegado de Internet en España, gestionado por la

---

<sup>1</sup> Boletín Oficial del Estado núm. 77, de 30 de marzo de 2000.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Entidad Pública Empresarial Red.es<sup>2</sup>, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología. La CMT ha solicitado a dicha entidad la base de datos con todos los titulares de dominios bajo ".es". Las entidades españolas que poseen un dominio de segundo nivel bajo un genérico (".com", ".net" u ".org") no pueden ser identificadas tan fácilmente ya que el registro que mantiene la mayor parte de la información de este tipo de dominios está gestionado por la compañía norteamericana Verisign (antes Network Solutions Inc.), y la otra parte está diseminada entre distintos registradores de todo el mundo reconocidos por la entidad ICANN.

Para la realización de este estudio se enviaron en el mes de julio de 2001 4.778 encuestas mediante correo electrónico a cada uno de los titulares de nombres de dominio bajo ".es", que aparecían como nuevas altas en el periodo que comprende este tercer estudio. Para ello se contó con los servicios de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), entidad que se ha encargado de la gestión de los cuestionarios, la explotación de los datos obtenidos y la realización del informe.

La combinación del sistema utilizado (enviando la petición de colaboración a todo el colectivo bajo estudio), el carácter autoseleccionado de la muestra y la respuesta obtenida, no permite tener una garantía significativa de representatividad, o lo que es lo mismo, un nivel razonable de seguridad en la validez del proceso de inferencia para adjudicar los resultados muestrales obtenidos al total del colectivo. Por otra parte, no se dispone de suficiente información para apuntar cuál puede ser la dirección de los potenciales sesgos.

A la vista de los resultados obtenidos podemos obtener las siguientes conclusiones.

### **2 Entidades españolas con presencia en Internet**

El 69,9% de las entidades españolas que se han dado de alta en el periodo referido (cinco primeros meses de 2001) son Sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil. A continuación, muy alejadas, aparecen Asociaciones, con un 6,8%, y tras éstas aparecen, por primera vez, las Personas Físicas con un 3,7%, y con un 2,0% las altas de Sociedades Civiles y Comunidades de Bienes.

El 29,4% de las entidades desarrollan su actividad económica en el sector de Servicios empresariales, actividades inmobiliarias y de alquiler. Le sigue con un 20,7% las entidades cuya actividad principal es la de Industria Manufacturera.

---

<sup>2</sup> Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas Fiscales, administrativas y del orden social. Artículo 55 por el que se modifica la disposición adicional sexta de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

El 44,6% de las entidades son microempresas con menos de 10 empleados, un 30,3% tienen entre 11 y 50 empleados y el 6,3% son empresas medianas con más de 51 empleados hasta 100. El 10,9% son grandes empresas.

Por volumen de facturación de nuevo destacan las altas en este periodo de empresas con facturaciones entre los 11 a 50 millones de pesetas anuales, con un 16,4%, siguiendo las que obtienen facturaciones de entre 201 a 500 millones con un 12,1%, las de 51 a 100 millones de pesetas con el 10,4%, las de 501 a 1000 millones con el 6,8%, las de 1.000 a 5.000 millones de pesetas con el 9,4% y las de más de 5.000 millones con el 7,0% del total. Son por tanto empresas españolas con facturaciones media altas las que han dado el paso de dar de alta dominios bajo “.es” en el periodo de referencia, en mayor medida que las que obtiene menores facturaciones. Así, con facturaciones anuales superiores a los 201 millones suponen el 35,3% del total.

De las entidades españolas con dominios bajo “.es” el 8,6% desarrolla su actividad principal en Internet, lo que supone un incremento de una décima de punto respecto del anterior estudio de presencia de entidades españolas en Internet bajo “.es”.

El objetivo primordial que lleva a las entidades españolas a tener presencia en Internet es, por este orden, ofrecer información sobre los productos y/o servicios de la entidad el 69,3%; reforzar su imagen corporativa, con el 71,4%; ánimo publicitario, el 51,5%; la asistencia a los consumidores y usuarios, el 29,4%; las ventas y comercio electrónico el 20,4%; la comunicación interna de la propia entidad el 11,9%; y la información financiera de la entidad el 5,3%.

En el capítulo de los costes que supone para las entidades españolas su presencia en Internet, la mayoría oscila en la horquilla de entre 200.000 a 1.599.999 pesetas, con el 37 % del total, seguido de la horquilla de entre 0 a 99.999 pesetas, con el 24,3%.

Las empresas que han dado de alta dominios bajo “.es” en este periodo mayoritariamente se decantan por un previsión de mantenimiento de sus costes para disponer de presencia en Internet, alcanzando el 46,4% del total. El 28,8% se plantea un ligero crecimiento, frente al 9,8% que piensa en una ligera disminución de estos costes. Estos datos reflejan una cierta estabilidad en lo que a tendencias se refiere tomando en cuenta los resultados de los anteriores estudios.

Respecto del capítulo de ingresos y sus previsiones, teniendo en cuenta que la encuesta se ha circunscrito al universo de altas en el periodo de referencia, el dato obtenido en la encuesta, por sí solo no ofrece un valor destacable. A pesar de lo dicho el 20,5% de las respuestas declaran haber obtenido previamente ingresos atribuibles a su presencia previa en Internet.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Respecto a las características técnicas de los sitios web de las entidades analizadas, el 76,9% utiliza servidores externos para el mantenimiento de su web corporativa, frente al 19,8% que utiliza medios propios. Reiterar que esto en gran medida es debido al déficit de las entidades españolas en personal técnico en tecnologías de la información que puedan ofrecer este tipo de servicios, y pone de manifiesto la gran oportunidad de que disponen las empresas de servicios de Internet para ocupar este lugar en el mercado.

El 29,4% de los webs analizados son pequeños (hasta 12 Mbytes), el 25,4% medianos (de 12 a 80 Mbytes) y el 10,2% grandes (más de 80). Es de destacar que un 35% de los encuestados desconoce el tamaño de su site

El 81,8% de las entidades disponen de webs gratuitas abiertas al público, de las cuales el 8,2% requieren de un registro previo por parte del usuario. Sólo el 3,5% son de acceso restringido mediante pago.

De las contestaciones al cuestionario remitido por las empresas se obtiene que un sitio web español<sup>3</sup> ha tenido 6.200 páginas visitadas mensuales y 700 visitas mensuales de promedio.

Las entidades españolas con presencia en Internet utilizan poco personal propio para el mantenimiento de su web, empleando de 1 a 2 trabajadores (incluyendo las empresas que dedican a un empleado a estas tareas de forma parcial) el 50,5% de ellas y el 38% ninguno. Las previsiones de creación de empleo en el próximo año muestran que el 74,0% de las entidades que han dado de alta su dominio bajo ".es" en este último periodo no tienen previsto que exista un incremento, mientras que el 19,4% incrementarán su plantilla ligeramente entre 1 y 2 trabajadores para mantenimiento del web. Estos datos indican un cierto retroceso en las intenciones de creación de empleo en este sector, respecto del periodo correspondiente al anterior informe.

Las entidades españolas con presencia en Internet lo hacen de forma mayoritaria con un único dominio. El 66,3% de las entidades no tienen ningún dominio adicional, el 19,8% disponen de otro dominio y el 6,8% restante disponen de 2 dominios más en Internet.

Entre las entidades que disponen de más de un dominio, el 52% está bajo ".com", el 10,5% bajo ".net" y el 7,9% bajo ".org". El 17,8% disponen de otro dominio bajo ".es". La mayor parte de las entidades que utilizan más de un dominio, el 64,3%, utilizan los dominios para mostrar los mismos contenidos, mientras que el 34,2% muestran distintos contenidos.

---

<sup>3</sup> Valor de las medianas de páginas visitadas y visitas mensuales.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Respecto a la accesibilidad de los empleados de la entidad a Internet, el 53,4% declaran que todos o casi todos los empleados de la organización disponen de acceso a Internet, el 34,8% declaran que entre el 10 y el 90% de los trabajadores disponen de acceso y sólo el 7,0% permiten el acceso a menos del 10% de los trabajadores.

El mercado de proveedores de servicios de Internet que prestan servicios a las entidades que mantienen presencia en Internet está muy distribuido. Destacan el grupo Telefónica (incluye a Telefónica Data y Terra/Teleline), que presta servicio al 8,6% de la entidades analizadas; Retevisión (incluye Eresmas, Iddeo y Alehop) y Arsys, ambas con el 2,2% de las menciones, y el grupo UNI2 (incluye CTV/Jet y Wanadoo) y BT con un 1,2% ( incluye Arrakis) respectivamente. Con otras menciones aparece un 69,3%.

El 30,1% de las entidades analizadas mantienen líneas RDSI para acceso a Internet, mientras que el 16,8% usan la Red Telefónica Conmutada y un 6,5% líneas Frame Relay. Destaca el fuerte incremento experimentado, entre estas nuevas altas, de entidades que usan tecnología ADSL para acceder a Internet con un 36,4 respecto del 21,8% del anterior Informe, manteniéndose este fuerte crecimiento.

---

---

# **3ª ENCUESTA A DOMINIOS ".es"**

**(Estudio para evaluar las entidades españolas con presencia en  
Internet)**

---

---

**Septiembre de 2001**



## I. PRESENTACIÓN

El Convenio de colaboración firmado por la **Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)** con la **Asociación para la Investigación de medios de comunicación (AIMC)** ha dado como fruto esta *Encuesta a dominio ".es"*, un estudio de la CMT "para evaluar las entidades españolas con presencia en Internet" realizado con la participación de AIMC. El estudio intenta profundizar en el conocimiento de la estructura del medio Internet en España.

Internet, este medio que suscita un gran interés o, por lo menos, algo de curiosidad entre tantas personas (estén o no relacionadas con el mundo de la investigación de medios), aún es un gran desconocido del que vamos aprendiendo algo nuevo todos los días y que, debido a su gran dinamismo y su continua evolución, en muchas ocasiones, lo aprendido hoy no sirve para mañana. Para arrojar un poco de luz sobre uno de los múltiples aspectos que Internet reúne, presentamos la tercera de las cuatro fases de este estudio, que tiene como base los dominios ".es" dados de alta desde Enero hasta Mayo de 2001 y que esperamos sea de agrado para todo aquel que lo consulte.

**CMT** y **AIMC** agradecen su colaboración a todas aquellas personas que, en representación de los dominios, se tomaron la molestia de cumplimentar el cuestionario y que han permitido llevar a cabo esta iniciativa.

## II. NOTAS METODOLÓGICAS

- ◆ **UNIVERSO OBJETIVO**: Dominios ".es" que verifiquen:
  1. Página web activa o en proceso de construcción.
  2. La entidad propietaria del dominio no es un proveedor de acceso a Internet (ISP).

- ◆ **TIPO DE ENTREVISTA**: Autoadministrada a través de Internet.

- ◆ **CUESTIONARIO**: Se ha diseñado un cuestionario en HTML que cubre razonablemente los objetivos del estudio. Es un cuestionario personalizado ya que, al entrevistado se le muestra los datos relacionados con el propio dominio que aparecen en la base de datos del "Es-nic". Está estructurado en 9 secciones:

1. DATOS FICHA "ES-NIC".
2. DATOS GENERALES.
3. MOTIVO DE LA PRESENCIA EN INTERNET.
4. COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET.
5. INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET.
6. CARACTERÍSTICAS DEL SITE.
7. EMPLEO.
8. OTROS DOMINIOS.
9. ACCESO A INTERNET.

- ◆ **PROCESO**: Para llevar a cabo la realización de esta fase del estudio, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) proporcionó a AIMC la base de datos que posee el "Es-nic" relativa a los dominios ".es" dados de alta durante los cinco primeros meses de 2001. En ella aparecía, para cada dominio (además de datos relativos a la entidad propietaria) el nombre y el e-mail del contacto administrativo.

Tras colocar el formulario en Internet, se envió un correo electrónico a la persona de contacto de cada dominio, informándole de la puesta en marcha del estudio y solicitándole su colaboración rellenando el cuestionario. En el e-mail también se comunicaba una clave exclusiva que cada dominio tenía. Antes de acceder a la encuesta había que introducirla, de manera que, al comienzo del cuestionario se mostraban los datos que el "Es-nic" poseía referidos al dominio en cuestión.

Más adelante, a aquellos dominios para los que no recibimos encuesta se les enviaron dos recordatorios en los que, nuevamente, se rogaba la participación en la encuesta.

Las fechas de los envíos de los distintos mensajes fueron las siguientes:

E-mail explicativo: 16-17 Julio 2001  
1<sup>er</sup> Recordatorio: 29-30 Julio 2001  
2<sup>o</sup> Recordatorio: 27 Agosto 2001

El fichero facilitado por la CMT contenía un total de 4.818 dominios. En 40 casos no se disponía del e-mail del contacto administrativo, por lo que no se entró en contacto con ellos. Por otro lado, como puede apreciarse en el cuadro siguiente, hubo direcciones de correo electrónico que fueron devueltas y que, por tanto, no llegaron a su destinatario.

### 4.818 dominios

	<u>Absolutos</u>	<u>%</u>
<i>BASE (dominios con E-mail)</i>	4.778	100.0
<i>Llegaron los 3 correos electrónicos enviados</i>	3.979	83.3
<i>Llegaron 2</i>	95	2.0
<i>Llegó 1</i>	34	0.7
<i>No llegó ninguno</i>	670	14.0

♦ **TAMAÑO MUESTRAL**: Se recogieron un total de 668 cuestionarios. De ellos, 4 nos llegaron sin datos, probablemente debido a dificultades en las comunicaciones en el momento de transmitirnos el cuestionario.

Las 664 (668 - 4) encuestas restantes se correspondían con 653 dominios distintos ya que hubo casos en los que un mismo dominio nos envió varios cuestionarios.

#### NÚMERO DE ENCUESTAS RECIBIDAS POR DOMINIO

642	dominios	enviaron	una sola encuesta
11	dominios	enviaron	2 encuestas

En aquellos dominios que nos enviaron más de un cuestionario nos encontramos con dos situaciones:

- El entrevistado, tras enviarnos una primera encuesta, hacía pequeñas modificaciones relativas a una pregunta o a un número reducido de ellas y reenviaba nuevamente el cuestionario.
- Igualmente, se recibieron algunas entrevistas exactamente iguales por parte de un mismo dominio.

En las situaciones en las que recibíamos más de una encuesta por dominio, se tomó como encuesta válida la última recibida.

De los 653 cuestionarios correspondientes a dominios distintos no se han tomado en cuenta aquellos que:

1. No tenían página web activa ni en proceso de construcción: 98 casos.
2. Eran proveedores de acceso a Internet: 20 casos.

Había 2 dominios que verificaban ambas condiciones, por lo tanto, nos quedamos con 537 entrevistas que fueron sometidas a un proceso de revisión y validación, eliminándose aquellas que presentaban irregularidades. El proceso de depuración comprendió dos fases:

1. Incongruencia o falta de rigor.

Se consideraron las siguientes incongruencias:

- Número de empleados propios necesario para la presencia de la entidad en Internet mayor que el número total de empleados de la entidad.
- Aumento de personal dedicado a la presencia de la entidad en Internet previsto para los próximos 12 meses mayor que el número de empleados total de la entidad multiplicado por 2.5.
- Número de visitas mensuales del sitio web mayor que el número de páginas mensuales.
- Contestar a la pregunta "¿Desde cuándo está el dominio activo en la red?" a pesar de haber contestado que el dominio no estaba activo.

Se decidió no considerar aquellas encuestas que cometieran dos o más de estas faltas de consistencia. No obstante, no se detectó ningún caso en el que esto ocurriera y no se desechó ningún cuestionario por este motivo.

2. Blancos o no respuestas a las preguntas.

Para que la encuesta formara parte de la muestra final, debía cumplir los tres requisitos siguientes:

- De las 29 preguntas de obligatorio cumplimiento, hubieran contestado más de la mitad, es decir, al menos 15.
- De 16 cuestiones seleccionadas entre las 29 anteriores (se excluyeron aquellas que por algún motivo sea comprensible no contestar: volumen de facturación, costes, ingresos, número de páginas/visitas del site,...), debían contestar 9 preguntas o más.
- De las variables:
  - a) Tipo de empresa.

- b) Número de empleados.
  - c) Actividad de la empresa se desarrolla fundamentalmente a través de Internet.
- tenían que indicarse, por lo menos, dos de ellas.

El tratamiento de blancos supuso eliminar 26 cuestionarios.

Por lo tanto, tras finalizar todo este proceso, la **muestra útil** a efectos de tabulación de resultados fue de **511 entrevistas**.

◆ **FECHAS DE RECOGIDA**: La encuesta estuvo activa en la Red desde el 16 de Julio hasta el 10 de Septiembre de 2001.

◆ **SOPORTE TÉCNICO**: Proporcionado por ARGO Redes y Servicios Telemáticos.

◆ **PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**: El presente informe distribuye la presentación de resultados en tres apartados:

### **III. PRINCIPALES RESULTADOS**

Se presentan las distribuciones marginales de cada pregunta incluida en el cuestionario. Cada pregunta va acompañada de un gráfico ilustrativo.

Al final del apartado, también aparecen el número de encuestas según el día y la hora de recepción.

### **III. PRINCIPALES RESULTADOS**

## DATOS FICHA "ES-NIC"

Al comienzo del cuestionario se le presentaba a cada dominio la información que aparecía en la base de datos del "es-nic":

- ◆ Dominio
- ◆ Razón social
- ◆ Forma jurídica
- ◆ NIF
- ◆ Dirección (Calle, N°,...)
- ◆ Municipio
- ◆ Código postal
- ◆ Provincia
- ◆ Nombre del contacto administrativo
- ◆ E-mail del contacto administrativo

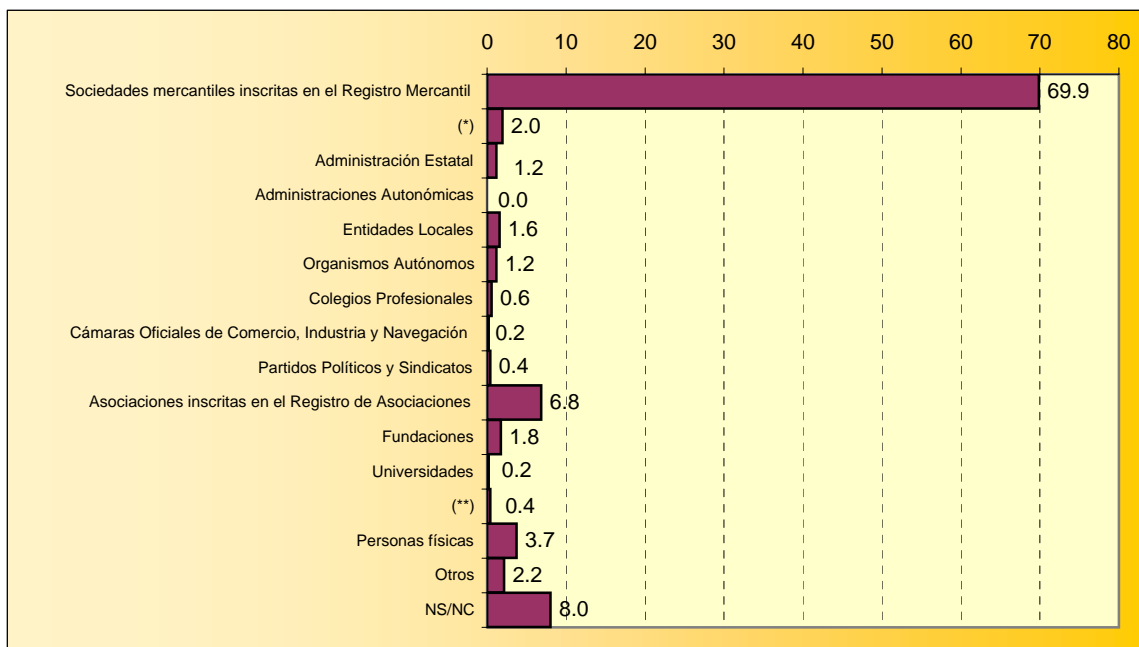
Además, al entrevistado se le permitía la posibilidad de informarnos de si la persona de contacto administrativo o su e-mail habían cambiado.

De las 653 encuestas recibidas de dominios distintos (una entrevista por dominio):

- 106 (el 16.2%) escribieron algo en la casilla destinada a corregir la persona para contacto administrativo:
  - 1 escribió una dirección postal.
  - 1 escribió dos nombres.
  - el resto (104 casos, el 15.9%) indicó un nombre.
- 178 (el 27.3%) escribieron una dirección de e-mail en la casilla destinada a corregir el correo electrónico del contacto administrativo.

## DATOS GENERALES

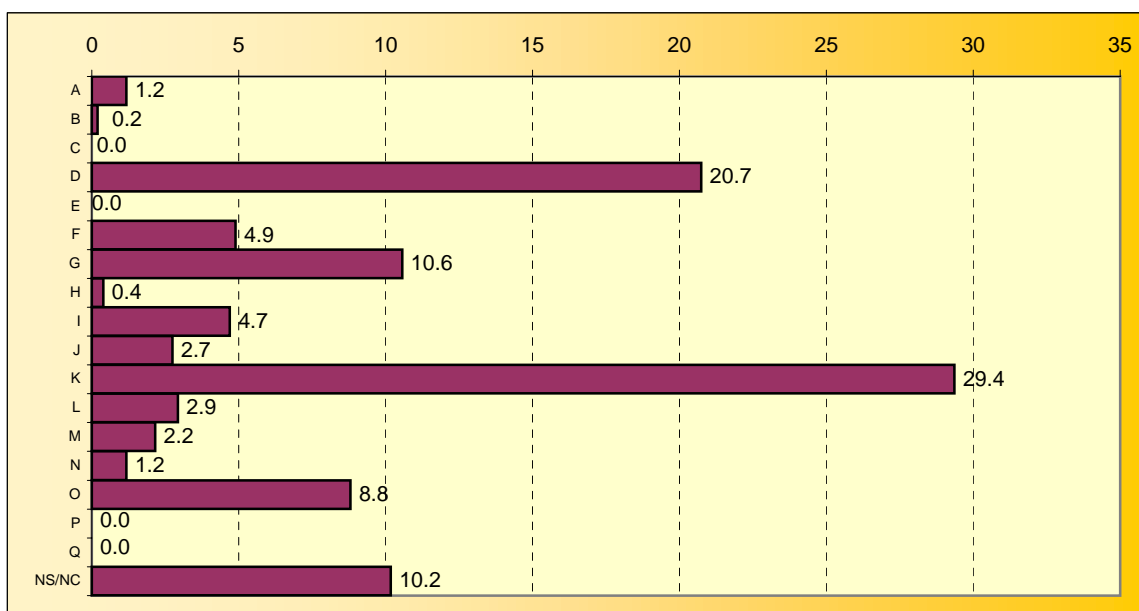
<i>P. Tipo de entidad</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil	357	69.9
(*) Sociedades Civiles y Comunidades de Bienes que operen de forma habitual como entidades económicas y que puedan acreditar su existencia mediante escritura pública de constitución	10	2.0
Administración Estatal	6	1.2
Administraciones Autonómicas	0	0.0
Entidades Locales	8	1.6
Organismos Autónomos	6	1.2
Colegios Profesionales	3	0.6
Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación	1	0.2
Partidos Políticos y Sindicatos	2	0.4
Asociaciones inscritas en el Registro de Asociaciones	35	6.8
Fundaciones	9	1.8
Universidades	1	0.2
(**) Iglesias, Confesiones y Comunidades Religiosas inscritas en el Registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Justicia	2	0.4
Personas físicas	19	3.7
Otros	11	2.2
NS/NC	41	8.0





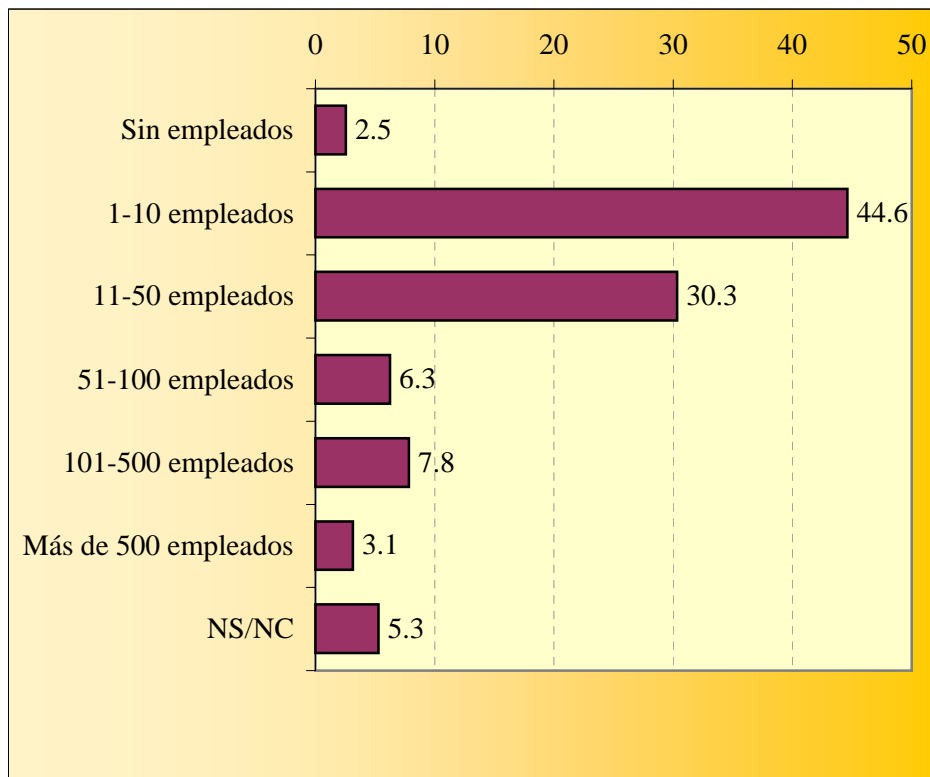
## DATOS GENERALES

<i>P. Actividad principal (código CNAE-93)</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
A. Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	6	1.2
B. Pesca	1	0.2
C. Industrias extractivas	0	0.0
D. Industria manufacturera	106	20.7
E. Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	0	0.0
F. Construcción	25	4.9
G. Comercio, reparación de vehículos de motor y artículos personales y de uso doméstico	54	10.6
H. Hostelería	2	0.4
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	24	4.7
J. Intermediación financiera	14	2.7
K. Actividades inmobiliarias y de alquiler;servicios empresariales	150	29.4
L. Admon. Pública, defensa y seguridad social obligatoria	15	2.9
M. Educación	11	2.2
N. Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales	6	1.2
O. Otras actividades sociales y de servicios prestados a la comunidad; servicios personales	45	8.8
P. Hogares que emplean personal doméstico	0	0.0
Q. Organismos extraterritoriales	0	0.0
NS/NC	52	10.2



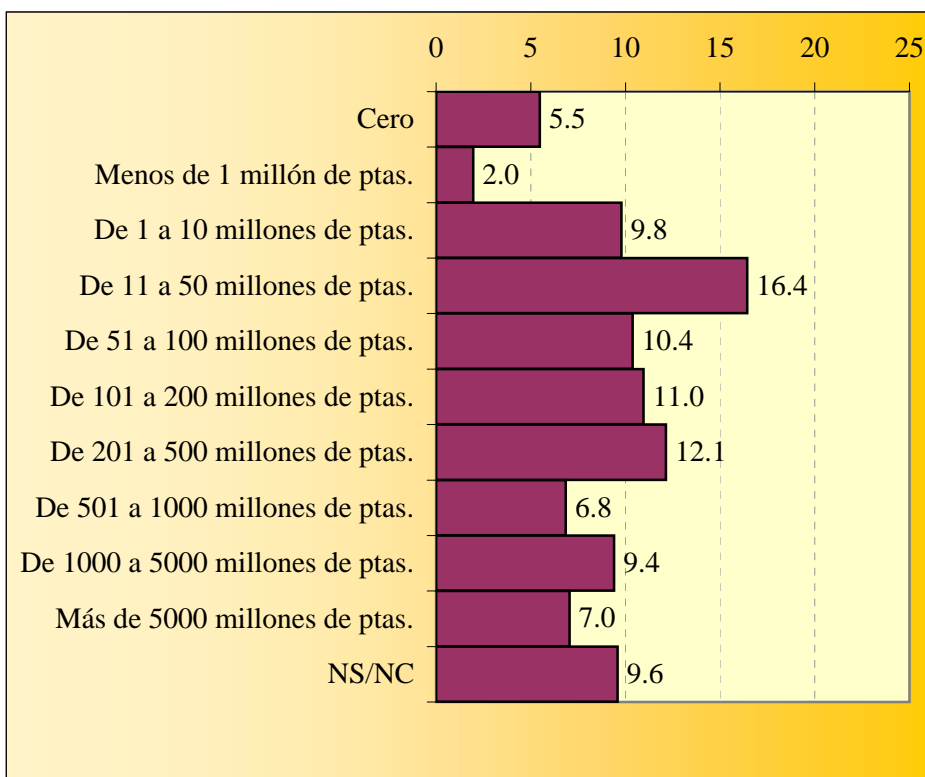
## DATOS GENERALES

<i>P. Número de empleados</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Sin empleados	13	2.5
1-10 empleados	228	44.6
11-50 empleados	155	30.3
51-100 empleados	32	6.3
101-500 empleados	40	7.8
Más de 500 empleados	16	3.1
NS/NC	27	5.3



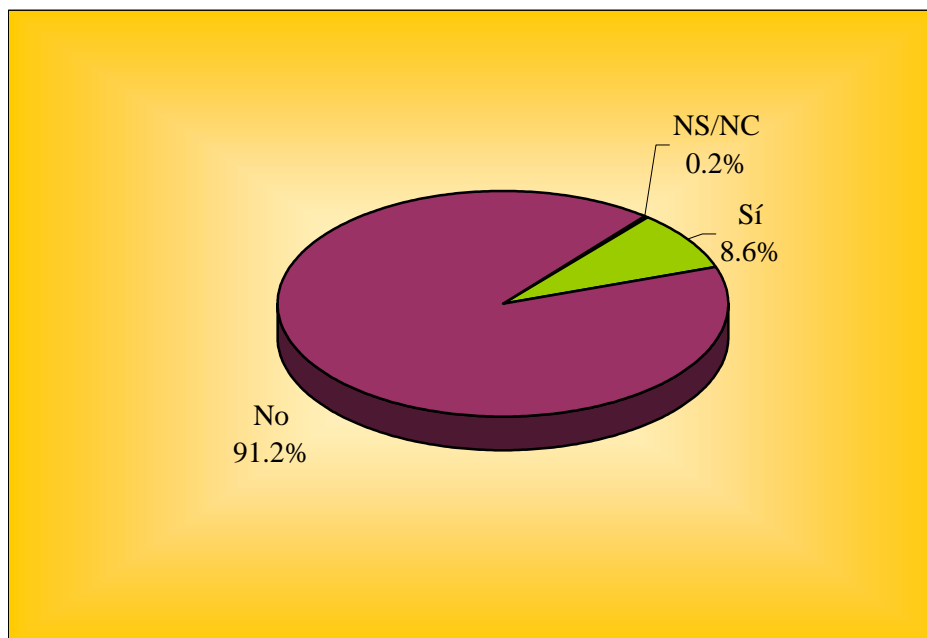
## DATOS GENERALES

<i>P. Volumen de facturación anual</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Cero	28	5.5
Menos de 1 millón de ptas.	10	2.0
De 1 a 10 millones de ptas.	50	9.8
De 11 a 50 millones de ptas.	84	16.4
De 51 a 100 millones de ptas.	53	10.4
De 101 a 200 millones de ptas.	56	11.0
De 201 a 500 millones de ptas.	62	12.1
De 501 a 1000 millones de ptas.	35	6.8
De 1000 a 5000 millones de ptas.	48	9.4
Más de 5000 millones de ptas.	36	7.0
NS/NC	49	9.6



## DATOS GENERALES

<i>P. ¿La actividad de la entidad se desarrolla fundamentalmente a través de Internet?</i>		
	Absolutos	%
BASE	511	100.0
Sí	44	8.6
No	466	91.2
NS/NC	1	0.2



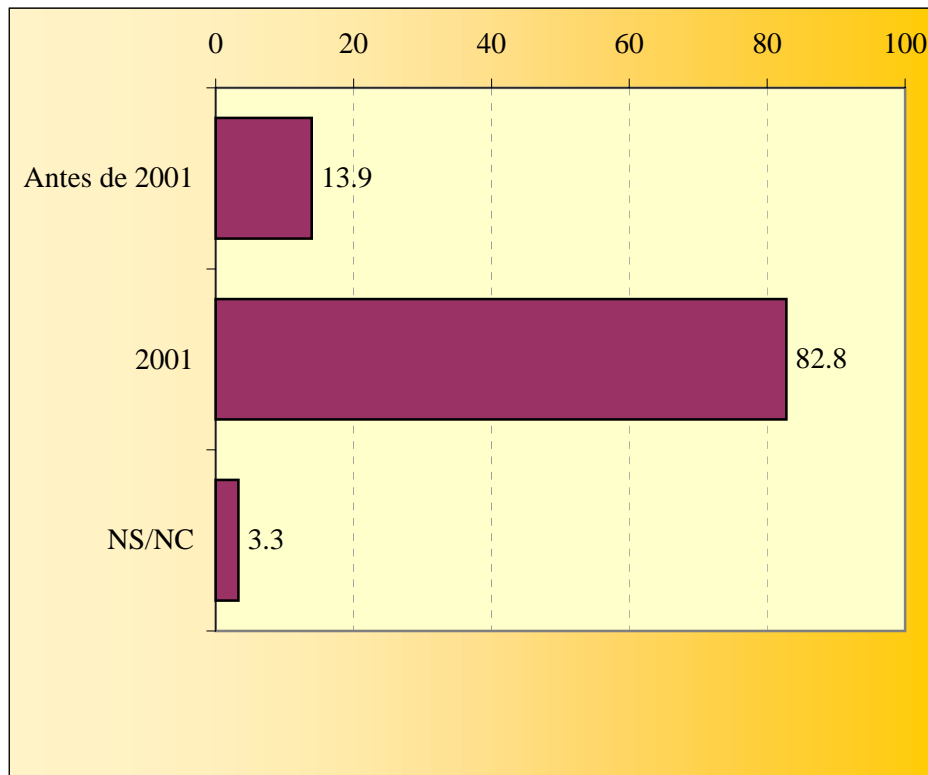
## DATOS GENERALES

<i>P. El dominio ¿es activo en la red?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Sí	302	59.1
No, pero la página web está en construcción	206	40.3
NS/NC	3	0.6



## DATOS GENERALES

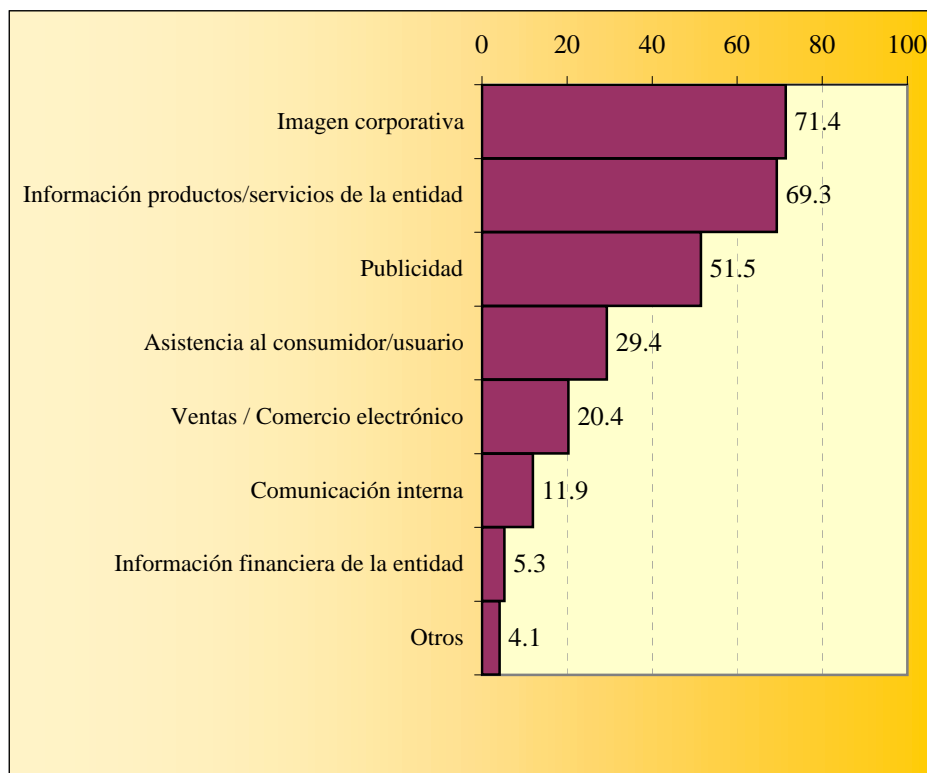
<i>P. El dominio es activo en la red desde:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE (dominio activo en la red)	302	100.0
Antes de 2001	42	13.9
2001	250	82.8
NS/NC	10	3.3



## MOTIVO DE LA PRESENCIA EN INTERNET

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que algunos entrevistados declaran más de un objetivo.

<i>P. ¿Cuáles diría que son los objetivos primordiales de su entidad en relación al Web?</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	
Imagen corporativa	365	71.4
Información sobre productos/servicios de la entidad	354	69.3
Publicidad	263	51.5
Asistencia al consumidor/usuario	150	29.4
Ventas / Comercio electrónico	104	20.4
Comunicación interna	61	11.9
Información económico/financiera de la entidad	27	5.3
Otros	21	4.1



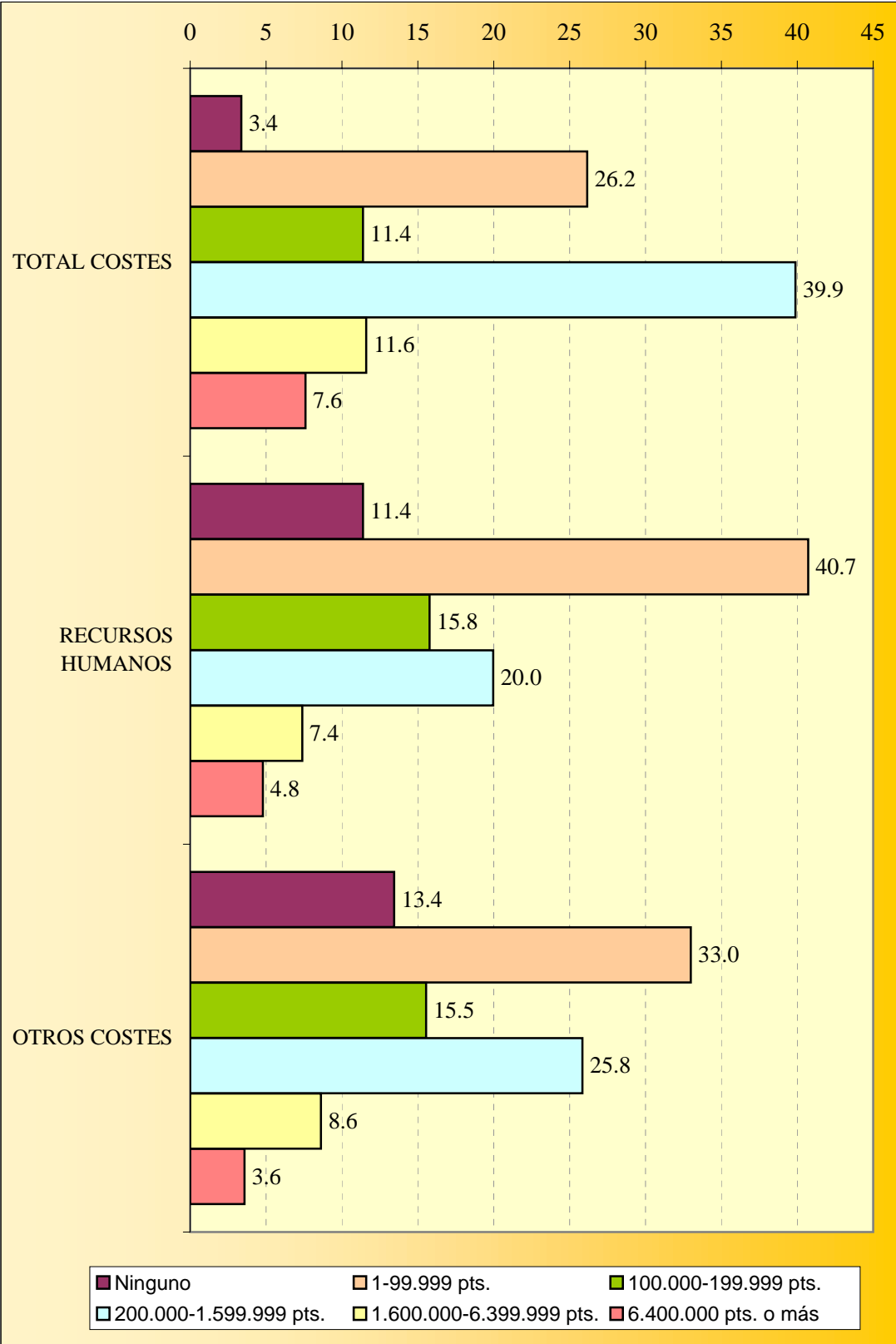
## COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Estime el coste anual que supone mantener el website en la Red:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
<b>TOTAL COSTES</b>		
NS/NC	37	7.2
Ninguno	16	3.1
1-99.999 pts.	124	24.3
100.000-199.999 pts.	54	10.6
200.000-1.599.999 pts.	189	37.0
1.600.000-6.399.999 pts.	55	10.8
6.400.000 pts. o más	36	7.0
<b>RECURSOS HUMANOS</b>		
NS/NC	10	2.0
Ninguno	57	11.2
1-99.999 pts.	204	39.9
100.000-199.999 pts.	79	15.5
200.000-1.599.999 pts.	100	19.6
1.600.000-6.399.999 pts.	37	7.2
6.400.000 pts. o más	24	4.7
<b>OTROS COSTES</b>		
NS/NC	35	6.8
Ninguno	64	12.5
1-99.999 pts.	157	30.7
100.000-199.999 pts.	74	14.5
200.000-1.599.999 pts.	123	24.1
1.600.000-6.399.999 pts.	41	8.0
6.400.000 pts. o más	17	3.3



# COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

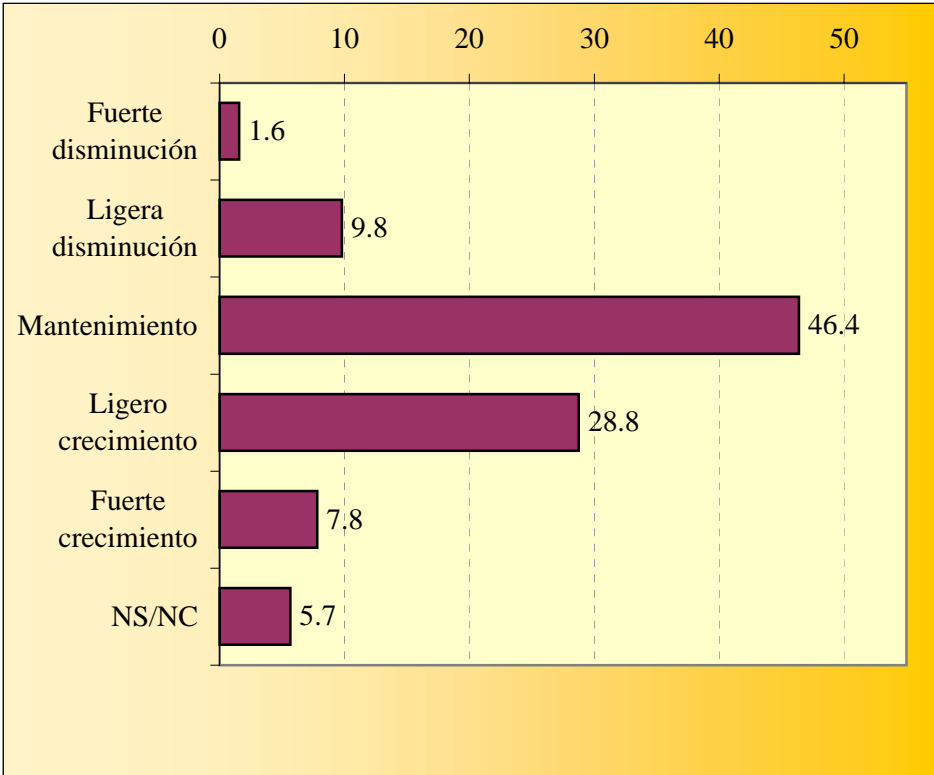
Los porcentajes del gráfico están calculados sin tener en cuenta NS/NC



# COSTE ANUAL PARA DISPONER DE PRESENCIA EN INTERNET

*P. Tendencia previsible de los costes a corto plazo para disponer de presencia en Internet:*

	Absolutos	%
BASE	511	100.0
Fuerte disminución	8	1.6
Ligera disminución	50	9.8
Mantenimiento	237	46.4
Ligero crecimiento	147	28.8
Fuerte crecimiento	40	7.8
NS/NC	29	5.7



## INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

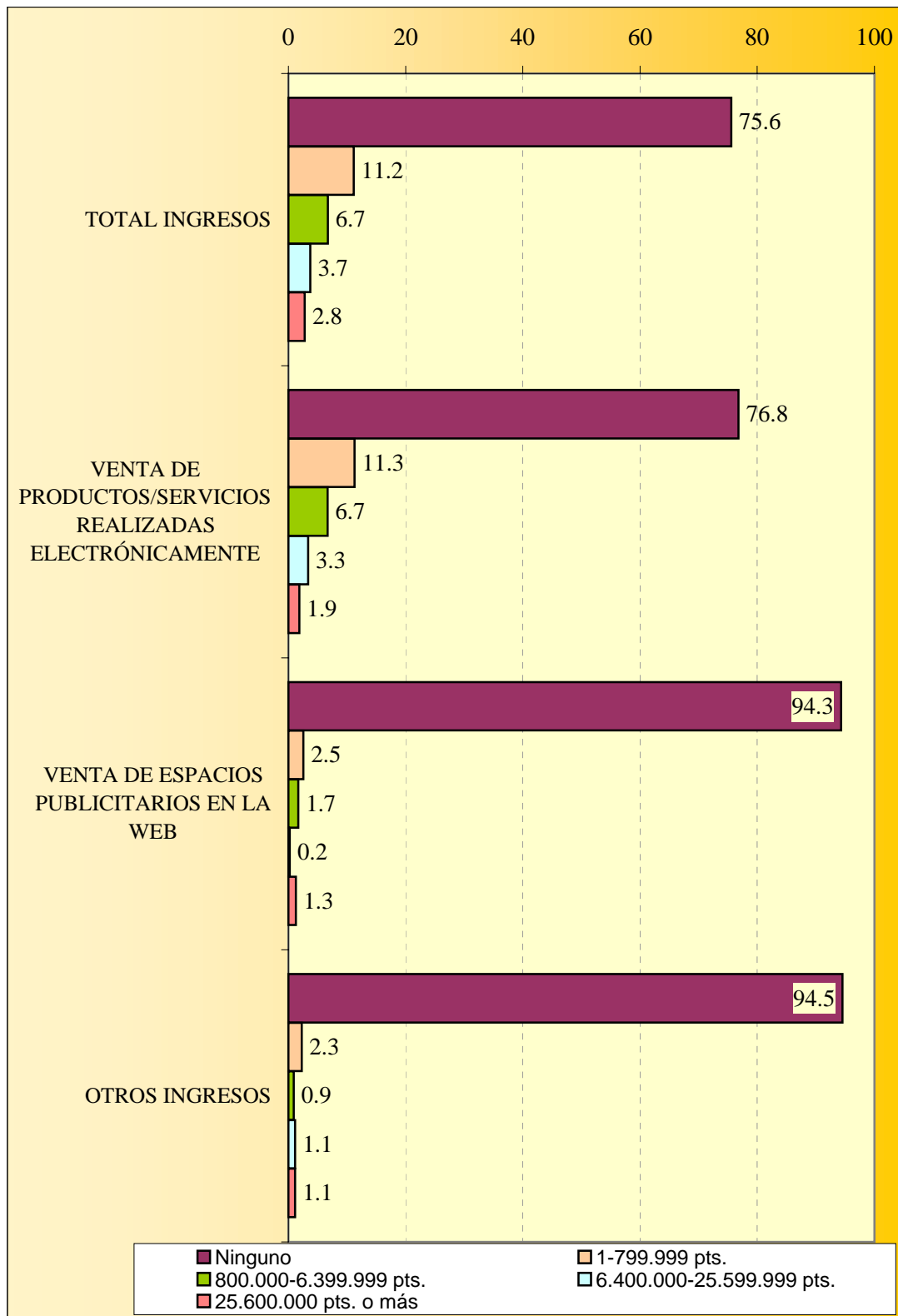
<i>P. Ingresos anuales atribuibles a la presencia de la entidad en Internet:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
<b>TOTAL INGRESOS</b>		
NS/NC	81	15.9
Ninguno	325	63.6
1-799.999 pts.	48	9.4
800.000-6.399.999 pts.	29	5.7
6.400.000-25.599.999 pts.	16	3.1
25.600.000 pts. o más	12	2.3
<b>VENTA DE PRODUCTOS/SERVICIOS REALIZADAS ELECTRÓNICAMENTE</b>		
NS/NC	33	6.5
Ninguno	367	71.8
1-799.999 pts.	54	10.6
800.000-6.399.999 pts.	32	6.3
6.400.000-25.599.999 pts.	16	3.1
25.600.000 pts. o más	9	1.8

## INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Ingresos anuales atribuibles a la presencia de la entidad en Internet:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
<b>VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LA WEB</b>		
NS/NC	38	7.4
Ninguno	446	87.3
1-799.999 pts.	12	2.3
800.000-6.399.999 pts.	8	1.6
6.400.000-25.599.999 pts.	1	0.2
25.600.000 pts. o más	6	1.2
<b>OTROS INGRESOS</b>		
NS/NC	72	14.1
Ninguno	415	81.2
1-799.999 pts.	10	2.0
800.000-6.399.999 pts.	4	0.8
6.400.000-25.599.999 pts.	5	1.0
25.600.000 pts. o más	5	1.0

## INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

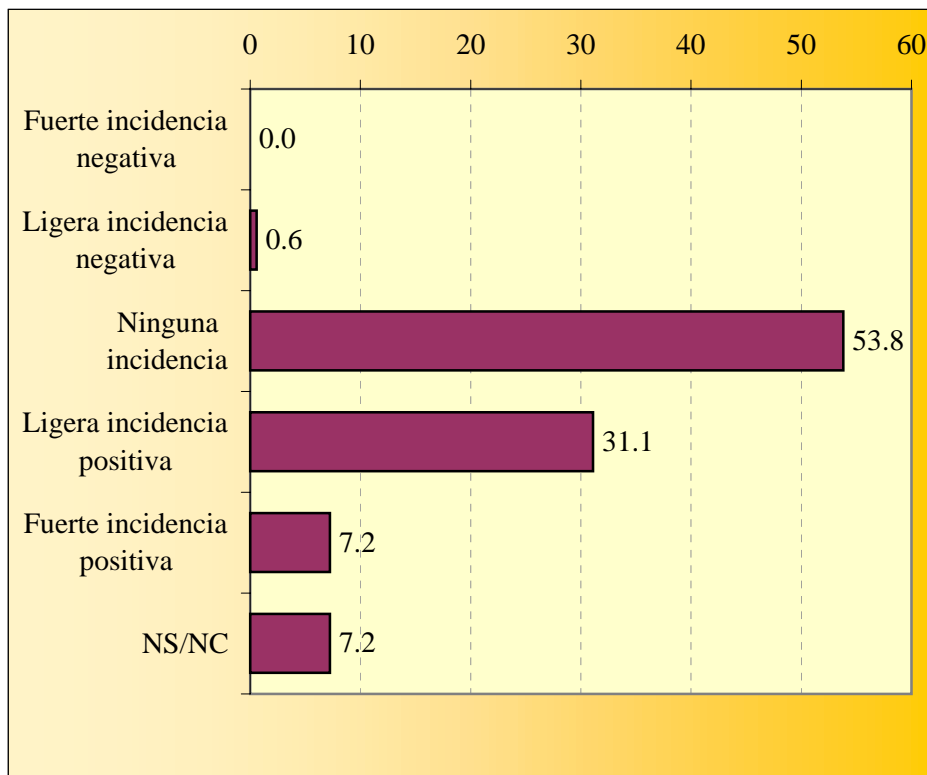
Los porcentajes del gráfico están calculados sin tener en cuenta los dudosos ni NS/NC



## INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

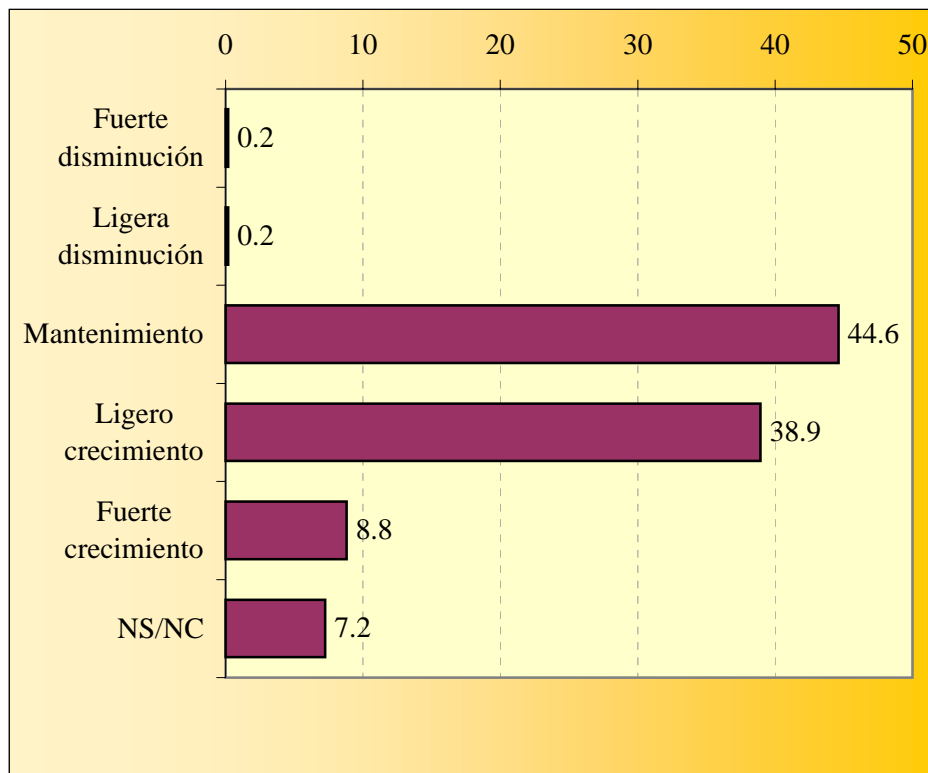
*P. Valoración del efecto indirecto que la presencia en Internet ha tenido en relación a los ingresos totales de la entidad:*

	Absolutos	%
BASE	511	100.0
Fuerte incidencia negativa	0	0.0
Ligera incidencia negativa	3	0.6
Ninguna incidencia	275	53.8
Ligera incidencia positiva	159	31.1
Fuerte incidencia positiva	37	7.2
NS/NC	37	7.2



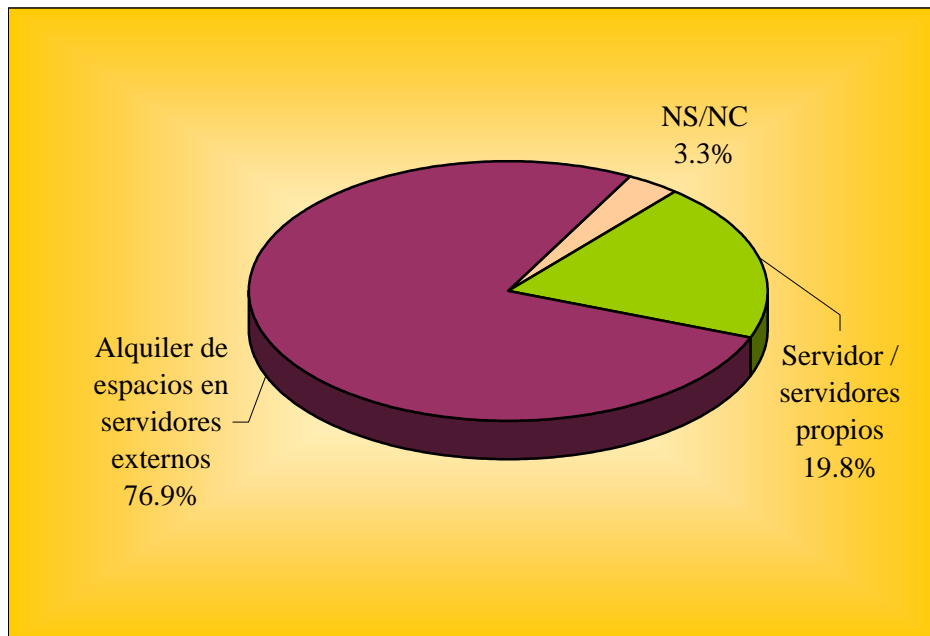
## INGRESOS ANUALES ATRIBUIBLES A LA PRESENCIA EN INTERNET

<i>P. Tendencia previsible de los ingresos directos a corto plazo debido a la presencia de la entidad en internet:</i>		
	Absolutos	%
BASE	511	100.0
Fuerte disminución	1	0.2
Ligera disminución	1	0.2
Mantenimiento	228	44.6
Ligero crecimiento	199	38.9
Fuerte crecimiento	45	8.8
NS/NC	37	7.2



## CARACTERÍSTICAS DEL SITE

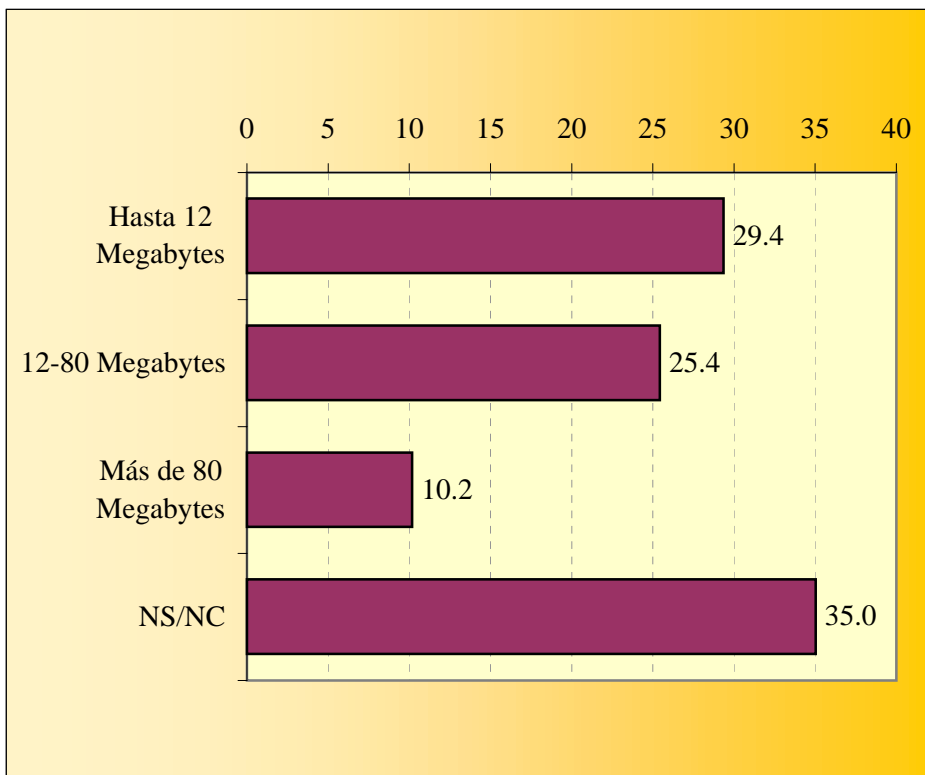
<i>P. Alojamiento del sitio Web:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Servidor / servidores propios	101	19.8
Alquiler de espacios en servidores externos	393	76.9
NS/NC	17	3.3





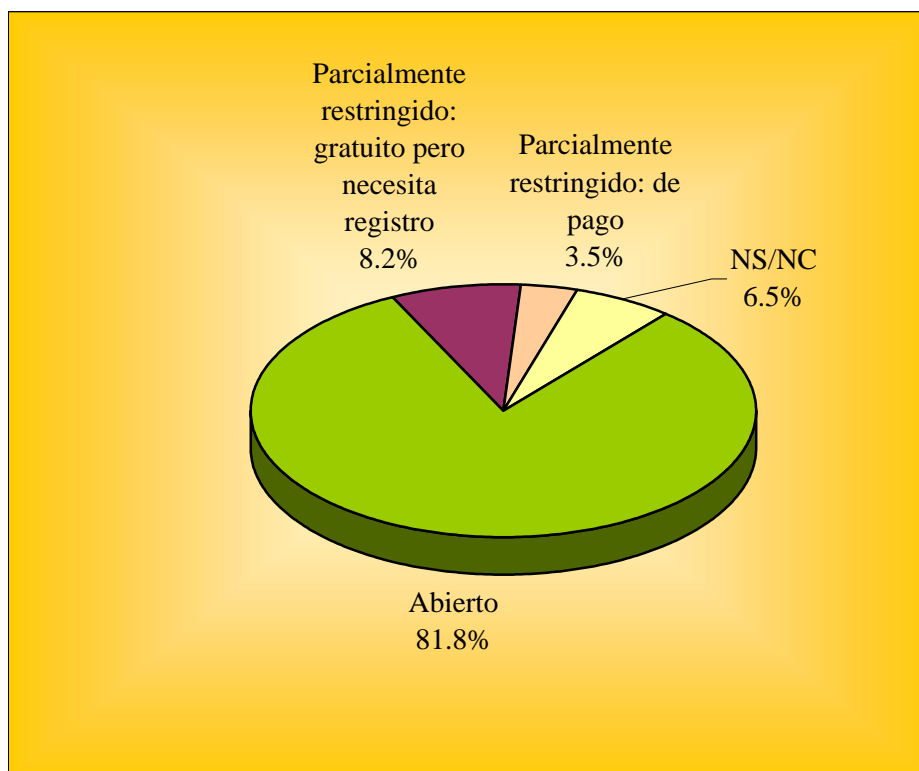
## CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Tamaño del site, en Megabytes:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Hasta 12 Megabytes	150	29.4
12-80 Megabytes	130	25.4
Más de 80 Megabytes	52	10.2
NS/NC	179	35.0
Media (Mbytes)	3 180	
Mediana (Mbytes)	20	



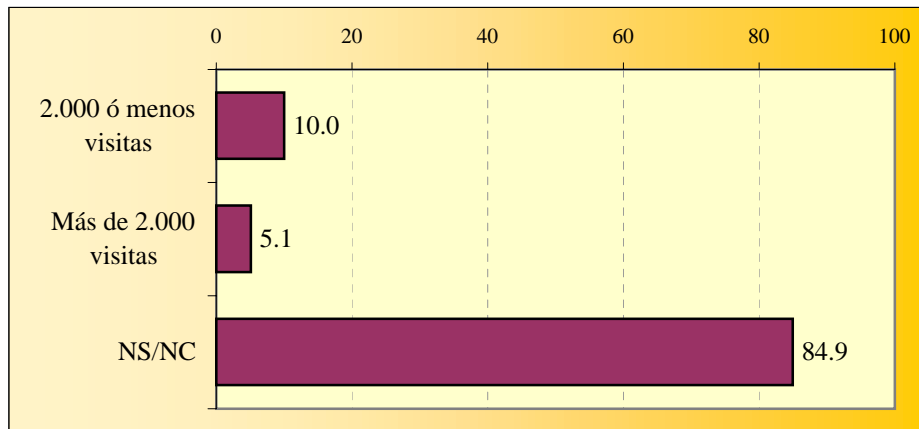
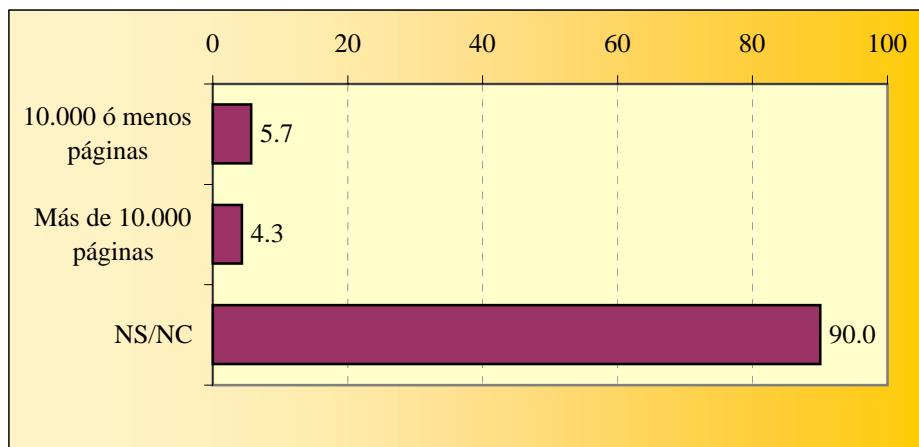
## CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Acceso al website:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Abierto	418	81.8
Parcialmente restringido: gratuito pero necesita registro	42	8.2
Parcialmente restringido: de pago	18	3.5
NS/NC	33	6.5



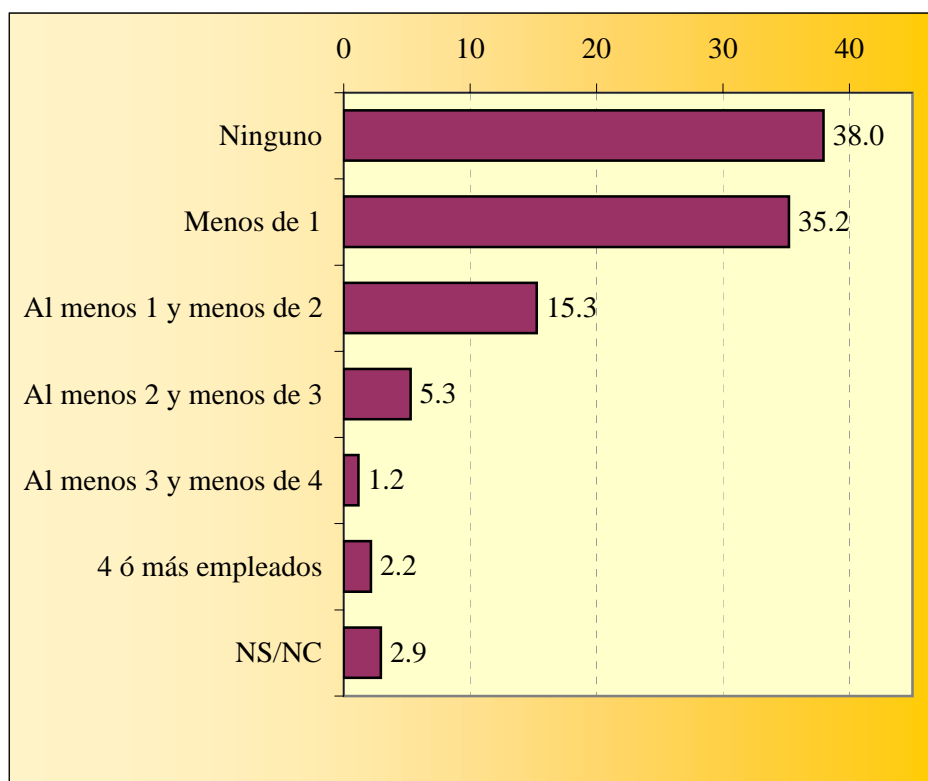
## CARACTERÍSTICAS DEL SITE

<i>P. Tráfico mensual recibido en el sitio web:</i>		
	Absolutos	%
BASE	511	100.0
<b>PÁGINAS VISITADAS</b>		
10.000 ó menos páginas	29	5.7
Más de 10.000 páginas	22	4.3
NS/NC	460	90.0
Páginas visitadas mensuales promedio	Media	1 210 765
	Mediana	6 200
<b>VISITAS</b>		
2.000 ó menos visitas	51	10.0
Más de 2.000 visitas	26	5.1
NS/NC	434	84.9
Visitas mensuales promedio	Media	58 383
	Mediana	700



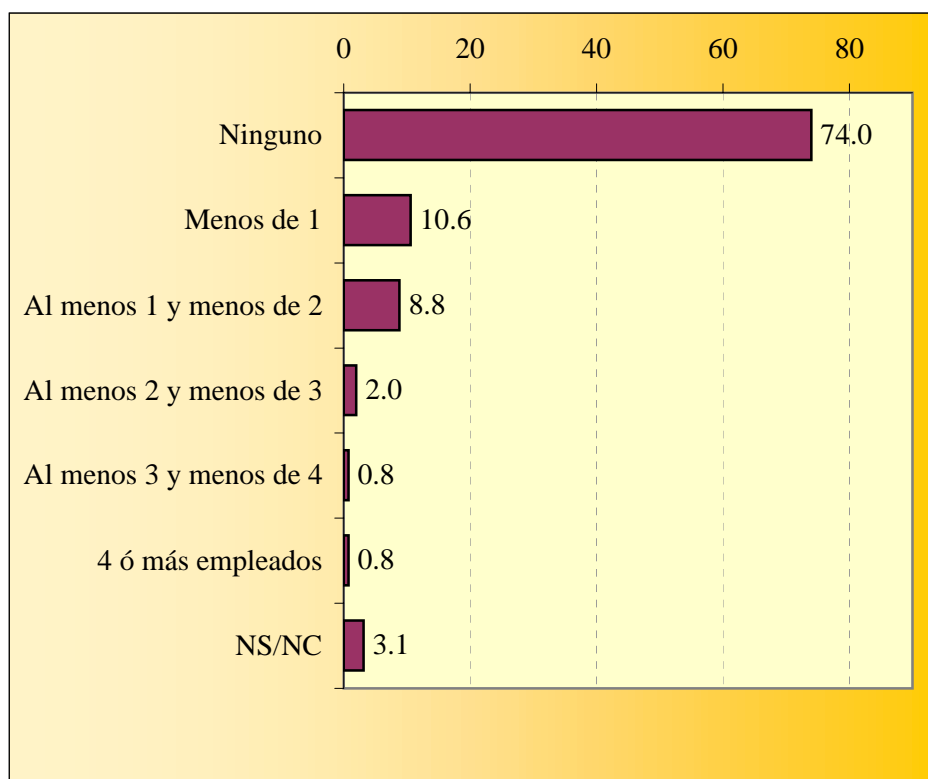
## EMPLEO

<i>P. N° de empleados propios necesarios para la presencia de la entidad en Internet (número de personas equivalente a tiempo completo):</i>		
	Absolutos	%
BASE	511	100.0
Ninguno	194	38.0
Menos de 1 empleado	180	35.2
Al menos 1 empleado y menos de 2	78	15.3
Al menos 2 empleados y menos de 3	27	5.3
Al menos 3 empleados y menos de 4	6	1.2
4 ó más empleados	11	2.2
NS/NC	15	2.9



## EMPLEO

<i>P. Aumento de personal previsto para los próximos 12 meses para estos fines (número de personas equivalentes a tiempo completo):</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Ninguno	378	74.0
Menos de 1 empleado	54	10.6
Al menos 1 empleado y menos de 2	45	8.8
Al menos 2 empleados y menos de 3	10	2.0
Al menos 3 empleados y menos de 4	4	0.8
4 ó más empleados	4	0.8
NS/NC	16	3.1



## OTROS DOMINIOS

En las casillas destinadas a escribir los nombres de otros dominios poseidos por la misma entidad se recogieron un total de 356 menciones, de las cuales:

- 342 son dominios.
- 3 son subdominios.
- 11 son otro tipo de textos.

La tabla y los datos que aparecen a continuación sólo tienen en cuenta las 342 menciones que se corresponden con dominios:

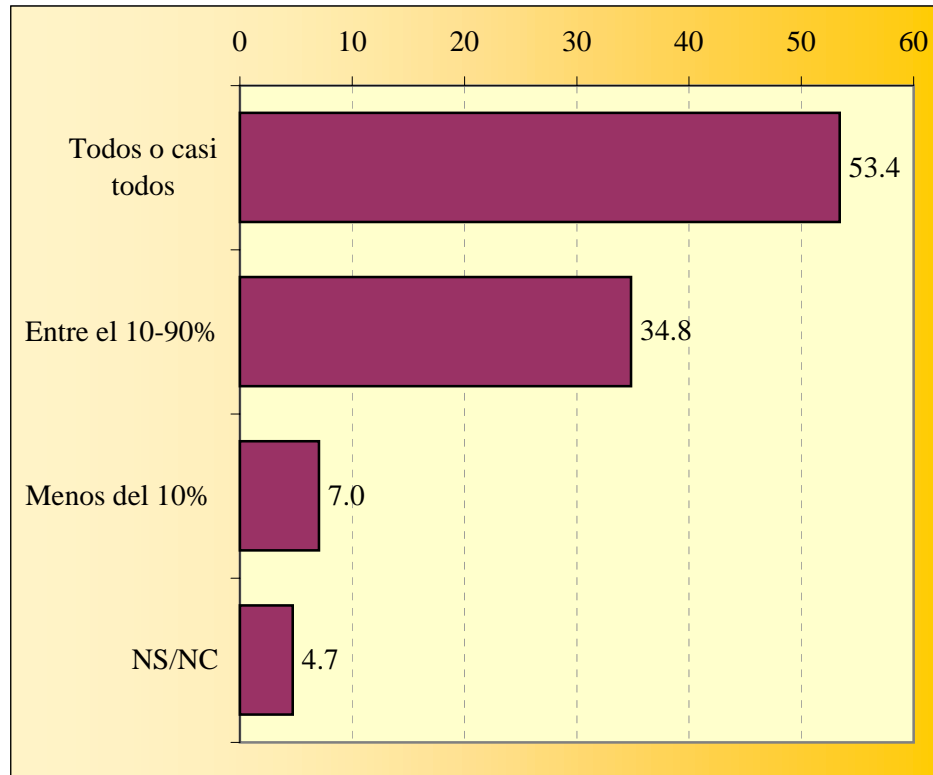
<i>P. Si su entidad dispone de dominios adicionales, rogamos los relacione a continuación:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
No mencionan ningún dominio adicional	339	66.3
Menciona 1 dominio	101	19.8
Menciona 2 dominios	35	6.8
Menciona 3 dominios	14	2.7
Menciona 4 dominios	9	1.8
Menciona 5 dominios	5	1.0
Menciona 6 dominios	3	0.6
Menciona 7 dominios	1	0.2
Menciona 8 dominios	1	0.2
Menciona 9 dominios	1	0.2
Menciona 10 dominios	0	0.0
Menciona 11 dominios	1	0.2
Menciona 12 dominios	0	0.0
Menciona 13 dominios	0	0.0
Menciona 14 dominios	0	0.0
Menciona 15 dominios	1	0.2

## OTROS DOMINIOS

- Número de dominios mencionados: 342
  - Tipo de dominio
    - ".com": 178 (52.0%)
    - ".es": 61 (17.8%)
    - ".net": 36 (10.5%)
    - ".org": 27 (7.9%)
    - otros: 39 (11.4%)
    - NS/NC: 1 (0.3%)
  - ¿Con igual contenido?
    - Sí: 220 (64.3%)
    - No: 117 (34.2%)
    - NS/NC: 5 (1.5%)
- Número de dominios únicos como máximo (eliminando duplicación): 340
  - De ellos en la encuesta hay, al menos: 2

## ACCESO A INTERNET

<i>P. Empleados de la entidad con acceso a Internet:</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	100.0
Todos o casi todos	273	53.4
Entre el 10-90%	178	34.8
Menos del 10%	36	7.0
NS/NC	24	4.7





## ACCESO A INTERNET

### *P. Proveedor de acceso (ISP) utilizado*

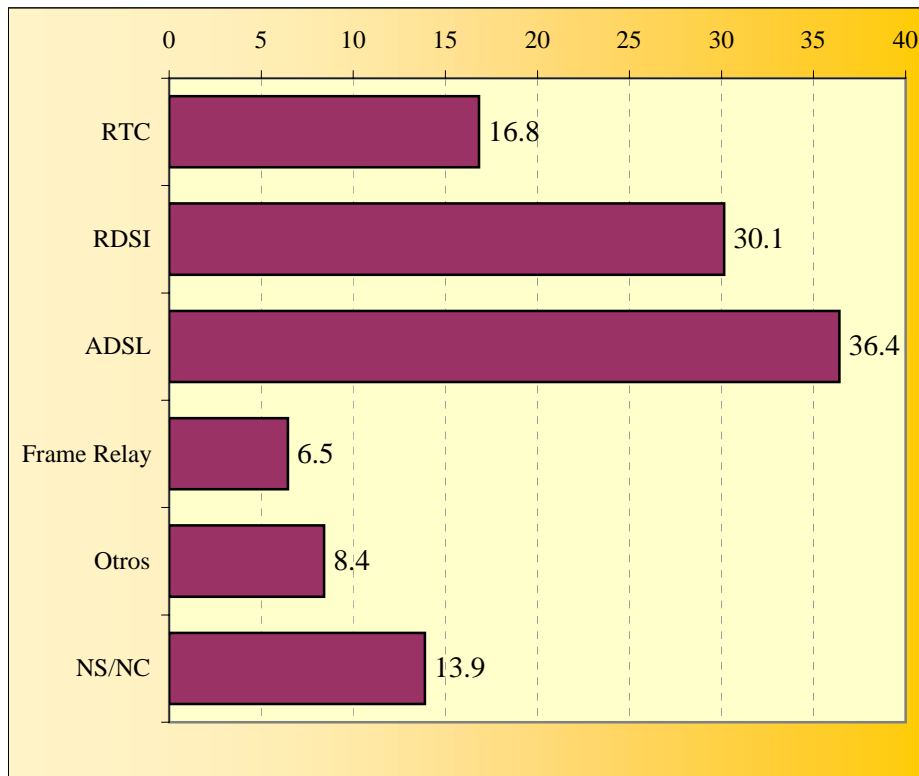
La suma de porcentajes es superior al 100% ya que algunos entrevistados declaran más de un proveedor de acceso (máximo 3 respuestas).

<b>Nº</b>	<b>PROVEEDOR DE ACCESO (ISP)</b>	<b>Menciones</b>	<b>%</b>
1	Telefónica / Telefónica Data / Infonegocio / Teleline / Terra	44	8.6
2	Arsys	11	2.2
2	Retevisión / Eresmas / Iddeo / Alehop	11	2.2
4	BT / Arrakis	6	1.2
4	Uni2 / Wanadoo / CTV / Jet	6	1.2
	Otras menciones	95	18.6
	NS/NC	354	69.3
	BASE	511	

## ACCESO A INTERNET

La suma de porcentajes es superior al 100% ya que algunos entrevistados declaran más de un tipo de acceso.

<i>P. Tipo de acceso</i>		
	<b>Absolutos</b>	<b>%</b>
BASE	511	
RTC	86	16.8
RDSI	154	30.1
ADSL	186	36.4
Frame Relay	33	6.5
Otros	43	8.4
NS/NC	71	13.9



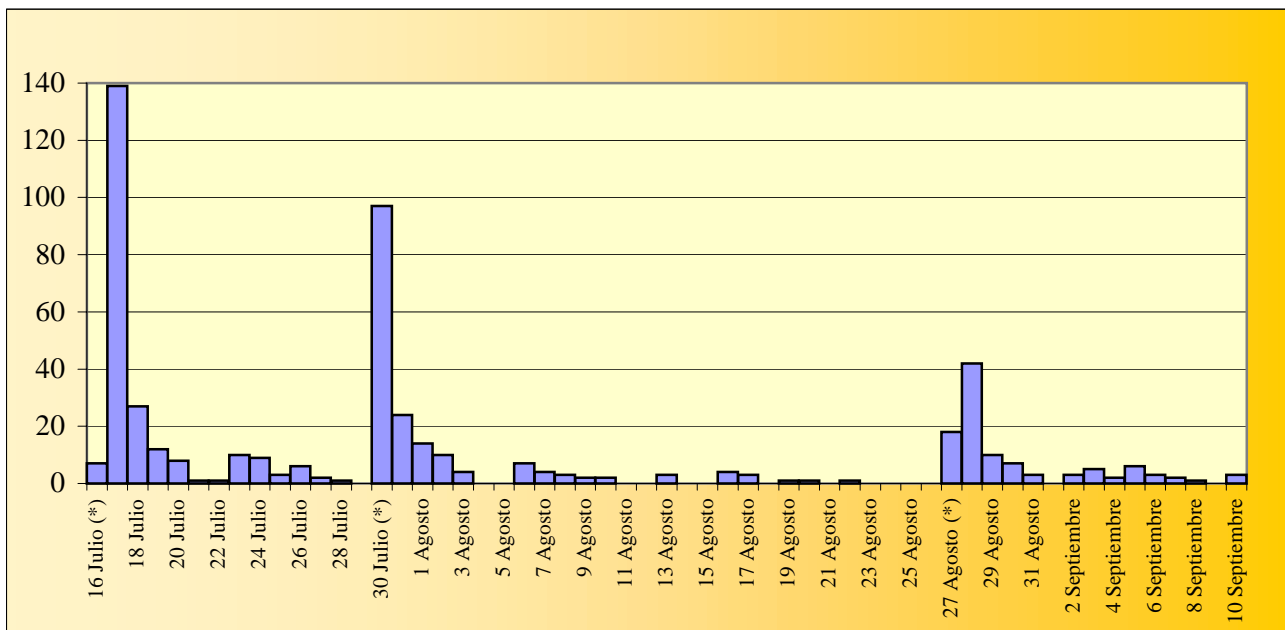
## ENTREVISTAS RECIBIDAS POR DÍA

**TOTAL: 511 entrevistas**

DIA	FREQ	%
16 Julio (*)	7	1.4
17 Julio (*)	139	27.2
18 Julio	27	5.3
19 Julio	12	2.3
20 Julio	8	1.6
21 Julio	1	0.2
22 Julio	1	0.2
23 Julio	10	2.0
24 Julio	9	1.8
25 Julio	3	0.6
26 Julio	6	1.2
27 Julio	2	0.4
28 Julio	1	0.2
29 Julio (*)	0	0.0
30 Julio (*)	97	19.0
31 Julio	24	4.7
1 Agosto	14	2.7
2 Agosto	10	2.0
3 Agosto	4	0.8
4 Agosto	0	0.0
5 Agosto	0	0.0
6 Agosto	7	1.4
7 Agosto	4	0.8
8 Agosto	3	0.6
9 Agosto	2	0.4
10 Agosto	2	0.4
11 Agosto	0	0.0
12 Agosto	0	0.0
13 Agosto	3	0.6

DIA	FREQ	%
14 Agosto	0	0.0
15 Agosto	0	0.0
16 Agosto	4	0.8
17 Agosto	3	0.6
18 Agosto	0	0.0
19 Agosto	1	0.2
20 Agosto	1	0.2
21 Agosto	0	0.0
22 Agosto	1	0.2
23 Agosto	0	0.0
24 Agosto	0	0.0
25 Agosto	0	0.0
26 Agosto	0	0.0
27 Agosto (*)	18	3.5
28 Agosto	42	8.2
29 Agosto	10	2.0
30 Agosto	7	1.4
31 Agosto	3	0.6
1 Septiembre	0	0.0
2 Septiembre	3	0.6
3 Septiembre	5	1.0
4 Septiembre	2	0.4
5 Septiembre	6	1.2
6 Septiembre	3	0.6
7 Septiembre	2	0.4
8 Septiembre	1	0.2
9 Septiembre	0	0.0
10 Septiembre	3	0.6

(\*) Días en los que hubo envío de correos electrónicos.



## ENTREVISTAS RECIBIDAS POR HORA

**TOTAL: 511 entrevistas**

INTERVALO	FREQ	%
00:00-1:00 h.	2	0.4
1:00-2:00 h.	5	1.0
2:00-3:00 h.	2	0.4
3:00-4:00 h.	0	0.0
4:00-5:00 h.	1	0.2
5:00-6:00 h.	0	0.0
6:00-7:00 h.	0	0.0
7:00-8:00 h.	7	1.4
8:00-9:00 h.	71	13.9
9:00-10:00 h.	93	18.2
10:00-11:00 h.	57	11.2
11:00-12:00 h.	45	8.8

INTERVALO	FREQ	%
12:00-13:00 h.	29	5.7
13:00-14:00 h.	30	5.9
14:00-15:00 h.	23	4.5
15:00-16:00 h.	13	2.5
16:00-17:00 h.	24	4.7
17:00-18:00 h.	15	2.9
18:00-19:00 h.	27	5.3
19:00-20:00 h.	31	6.1
20:00-21:00 h.	17	3.3
21:00-22:00 h.	6	1.2
22:00-23:00 h.	10	2.0
23:00-00:00 h.	3	0.6

